

北星学園大学大学院社会福祉学研究科 北星学園大学大学院論集第2号（通巻第14号）（2011年）・抜粋

友人との親密さがパーソナリティと態度における 自他の類似性の認知に及ぼす影響

——対人魅力に関連して——

土 本 將 貴

友人との親密さがパーソナリティと態度における 自他の類似性の認知に及ぼす影響

—対人魅力に関連して—

Effects of closeness of friendship on perception of similarity of personality and attitude between self and friends :

In relation to interpersonal attraction

土 本 將 貴

問 題

親密な関係を形成する上で影響を及ぼすと考えられるのは、やはり対人魅力であろう。対人魅力 (interpersonal attraction) とは、人が他者に対して抱く魅力のことであり、対人関係の質や量を規定する重要な要因のひとつであるとされ、近接性、類似性、相補性、好意の返報性が対人魅力に影響を与える要因として考えられている (加藤・中里, 1990)。

この中でも、自己と他者の類似性と対人魅力の関係を扱った研究として、パーソナリティや態度における自他の類似性について多くの研究がされており、自己と他者の類似性と対人魅力の関連が実証されている。

パーソナリティについては、Hendrick & Brown (1971) は、向性次元のパーソナリティにおける自他の類似性について検討を行っている。その結果、全体としては外向的な他者が内向的な他者に比べて著しく好まれることが明らかになったが、理想やリーダーなどの場合では、外向的な人も内向的な人も共に外向的な他者を好むというように特定のパーソナリティ特性であることが好まれ、信頼性や正直さなどの場合では、外向的な人も内向的な人も自己と似ている他者を好むというように自他のパーソナリティが類似していること

が好まれるという結果も得ている。

本邦では、中里・井上・田中 (1975) が同様にパーソナリティにおける自他の類似性と対人魅力の関連を向性次元から検討を行っており、外向的な人は外向的な他者を好むということから自己と他者の類似性は対人魅力に結びついたが、内向的な人は多くの場合は外向的な他者に対して高い好意度が見出され、内向的な人に自己と他者の類似性と対人魅力の結びつく結果はあまり得られなかった。

また、中村 (1984) はパーソナリティにおける自他の類似性が対人魅力に及ぼす影響を検討する中で、自他のパーソナリティが類似していることが魅力に結びつくだけではなく、パーティーやコンパで同席する場合、リーダーとして選択する場合では外向的な他者が好まれ、長期の友人として信頼する場合、一緒にいて気が安まる場合では内向的な他者が好まれるという結果を得ており、魅力判断次元によっては、外向的な他者だけではなく、内向的な他者も自己と他者の類似性に関係なく好まれることを明らかにしている。この結果について中村 (1984) は、自己と他者の類似性に加えて、魅力判断次元における特性情報の適切性という要因の重要性を示唆している。

しかし、これらは、どの場合も未知の他者に対する魅力を扱っており、実際の対人関係

を対象とした研究ではない。そこで、谷口・大坊（2002）は、同性友人関係のパーソナリティにおける自他の類似性が魅力判断に与える影響について、パーソナリティ特性次元と対人魅力次元の組み合わせから検討している。その結果は、自他のパーソナリティが類似していることよりも特定のパーソナリティ特性であることの方が魅力判断において影響力が大きいという従来の研究からの知見と概ね一致するものであり、パーソナリティ特性次元および対人魅力次元の組み合わせによっては自他のパーソナリティが類似していることが好まれることや特定のパーソナリティ特性であることが好まれることもあり、好まれる方が異なるという結果も従来の研究結果と一致していた。

そのため、パーソナリティに関しては、自他のパーソナリティが類似していることも対人魅力に対して影響力を持っているが、特定のパーソナリティ特性であることの方が魅力に与える影響力が大きいと言える。

態度については、Newcomb（1961）は、大学生を対象として長期間にわたり友人関係を調査することにより、その親密化の過程を検討している。その結果、自己と似た態度を持つ他者と友人になる傾向があり、自己と意見や態度が似ている他者に惹かれる傾向があることを明らかにした。

また、Byrne（1971）は、様々な人々に未知なる他者の態度を見せ、その他者に対する好意度を測定することによって、態度における自他の類似性と魅力の関係について検討を行っている。その結果から、自他の態度が類似しているほど、その他者に対して魅力を強く感じることを示している。その理由としてByrne（1971）は、刺激世界を論理的で正確なものとして解釈したいという動機（*effectance motive*）に対して、自己と類似した他者の存在は妥当性付与（*consensual validation*）を行うものとして働くことになり、報

酬となるからであるとしている。

本邦では、藤森（1980）が態度における自他の類似性が対人魅力に及ぼす影響について、魅力次元との関連において検討を行い、どの魅力次元においても、態度における自他の類似性が高くなるにつれて、他者に対する魅力も高くなる傾向が見出された。

そのため、パーソナリティに関しては、自他のパーソナリティが類似していることだけではなく、特定のパーソナリティ特性であることも対人魅力に対して影響力を持っているが、態度に関しては、自他の態度が類似していることのみが対人魅力に対して影響力を持っていると言える。

しかし、自己と他者の類似性と対人魅力の関係を扱った研究の多くは、未知なる他者を対象としており、実際の対人関係を対象とした研究は少ない。そこで、実際の対人関係を取り上げ、親密さの程度も含めた研究が必要であろう。

目 的

自己と他者の類似性と対人魅力の関係を扱った研究によって、パーソナリティや態度における自他の類似性は対人魅力と関連していることが明らかになっている。

しかし、自己と他者の類似性と対人魅力の関係を扱った研究として、実際の対人関係を取り上げた研究は少なく、友人関係を扱った場合でも親密さの程度を含めた研究は見られない。

そこで、本研究では、親密な関係として友人関係を取り上げ、友人関係の親密さが自己と友人のパーソナリティや態度の類似度認知に及ぼす影響、友人関係の親密さが友人に対する魅力判断に及ぼす影響、自己と友人のパーソナリティや態度の類似度認知と友人に対する魅力の関連について検討を行い、従来の知見と実際の対人関係として取り上げた親密さ

の程度を扱った友人関係を比較検討し、親密さの程度を含めた自己と友人のパーソナリティや態度における自他の類似性について明らかにすることを目的とする。

仮 説

目的に従って、以下の4つの仮説を立てた。

仮説1：友人関係の親密さの程度によって、自己と友人のパーソナリティの類似度認知に違いが見られ、親しい友人の方が自己とパーソナリティが類似していると認知される。

仮説2：友人関係の親密さの程度によって、自己と友人の態度の類似度認知に違いが見られ、親しい友人の方が自己と態度が類似していると認知される。

仮説3：自己と友人のパーソナリティの類似度認知と友人に対する魅力に関連が見られ、自己とパーソナリティが類似していることも好まれる。

仮説4：自己と友人の態度の類似度認知と友人に対する魅力に関連が見られ、自己と態度が類似していることが好まれる。

方 法

1. 調査協力者

北星学園大学の学生273名（男性130名・女性140名・不明3名）を対象に質問紙調査を行い、不備のなかった207名（男性91名・女性116名・平均年齢19.75歳±1.27）を分析対象とした。

2. 調査時期

2008年10月1日から2008年10月15日までの講義時間内に調査を行った。

3. 調査方法

それぞれの講義時間中に友人関係に関するアンケートとして質問紙について説明し、調

査協力者に質問紙を配付して、その場で回答させ、回収した。

4. 質問紙の構成

(1) 基本的属性

年齢・性別・学年・所属学科を記入させた。

(2) 対象となる友人の想定

渡辺・今川（2008）に基づき、調査協力者には最初に教示文において、「現在日常生活の中でよく接触する同性の友人を5人」を想定させ、その人物のイニシャルまたはニックネームを解答欄に記入させた。次に、その5人に関して最も親しいと思う人を1番とし、以下親しいと思う順番に5番まで順位をつけさせた。その中で、調査協力者には、「1番目」の友人と「5番目」の友人に関して回答させた。

(3) 自己および友人のパーソナリティ

和田（1996）のBig Five尺度を使用した。この尺度は、全部で60項目からなるが、本研究では因子負荷量を考慮して、因子ごとに因子負荷量の高い項目から4項目ずつ抜粋し、合計20項目を使用した。

実施方法は、外向性（1.話し好き、6.無口な、11.陽気な、16.外向的）、情緒不安定性（2.悩みがち、7.不安になりやすい、12.心配性、17.気苦労の多い）、開放性（3.独創的な、8.多才の、13.進歩的、18.洞察力のある）、誠実性（4.いい加減な、9.ルーズな、14.怠惰な、19.成り行きまかせ）、調和性（5.温和な、10.短気、15.怒りっぽい、20.寛大な）の全部で20項目について、自己、1番目の友人、5番目の友人に対してどの程度あてはまるかを7段階（7=非常にあてはまる、6=かなりあてはまる、5=ややあてはまる、4=どちらとも言えない、3=あまりあてはまらない、2=ほとんどあてはまらない、1=まったくあてはまらない）で評定させた。

(4) 自己および友人の態度

加藤・加藤（1987）の社会態度尺度を使用

した。この尺度は、全部で40項目からなるが、本研究では因子負荷量を考慮して、因子ごとに因子負荷量の高い項目から4項目ずつ抜粋し、合計20項目を使用した。

実施方法は、伝統指向的態度（1.たとえばまちがっていると思っても、上司や先輩のいつけには服従する。6.自分個人を主張するよりも、上司や先輩をたてるべきだ。11.就職はやはり安定した大企業や公務員がいい。16.親の老後のめんどうは子供がみるべきだ。）、革新指向的態度（2.男女の間に真の愛情があればしきたりや世間体など気にすべきではない。7.社会の進歩に貢献する仕事をするにこそ価値がある。12.夢や理想を追求しない人生は無意味だ。17.老後のめんどうを子供に期待するよりも社会福祉を充実させる方が大切だ。）、合理的・個人主義的態度（3.必要な時には上司・先輩・後輩の区別なく、自分が納得いくまで議論する。8.結婚してもうまくいかないことがわかったら、ためらわず離婚した方がいい。13.夫婦は子供のためにではなく、夫婦自身のために生きるべきだ。18.夫婦の役割分担は、各々の能力適性に応じて夫婦ごとで決めればいい。）、感覚的・娯楽指向的態度（4.上司や先輩のいうことよりもなかまの意見に従って行動する。9.恋人の条件はまず第1に「カッコいい」ことだ。14.理論よりもフィーリングやムードの方が重要だ。19.女性は「かわいい存在」であることが一番大事だ。）、無気力的・虚無的態度（5.上下関係などわずらわしいだけだ。10.他人はどうでもいいし、つきあいたいとも思わない。15.愛情とか恋愛とかについてまじめに考えるのは無意味なことだ。20.なにをしたところでむなしと思う。）、の全部で20項目について、自己評定の場合では、それぞれの考えや態度について、自分はどうかを4段階（4 = そう思う、3 = どちらかといえばそう思う、2 = どちらかといえばそう思わない、1 = そう思わない）で評定さ

せ、1番目の友人および5番目の友人についての評定の場合では、それぞれの考えや態度について、友人はどう思っているかを4段階（4 = そう思っている、3 = どちらかといえばそう思っているだろう、2 = どちらかといえばそう思っていないだろう、1 = そう思っていない）で評定させた。

(5) 友人に対する魅力

藤森（1980）の対人魅力評定尺度を使用した。この尺度は、全部で26項目からなるが、本研究では因子負荷量を考慮して、因子ごとに因子負荷量の高い項目から3項目ずつ抜粋し、合計12項目を使用した。

実施方法は、親密（1.～さんと気が合いそうである。5.～さんの気持ちや考えがよくわかる。9.～さんに親しみを感じる。）、交遊（2.～さんと一緒に食事に行きたい。6.～さんと一緒にハイキングに行きたい。10.～さんと一緒に旅行に行きたい。）、承認（3.～さんはほかの人から尊敬されている。7.～さんは正直で信頼できる。11.～さんは頭がよい。）、共同（4.～さんと一緒に専門書を読みたい。8.～さんと一緒に勉強したい。12.～さんと一緒に仕事をしたい。）、の全部で12項目について、1番目の友人と5番目の友人に対してどの程度そう思うかを7段階（7 = 非常にそう思う、6 = かなりそう思う、5 = ややそう思う、4 = どちらとも言えない、3 = あまりそう思わない、2 = ほとんどそう思わない、1 = まったくそう思わない）で評定させた。

結 果

1. 友人関係の親密さが自己と友人のパーソナリティの類似度認知に及ぼす影響

パーソナリティの類似度については、パーソナリティの20項目を外向性（項目1,6,11,16）、情緒不安定性（項目2,7,12,17）、開放性（項目3,8,13,18）、誠実性（項目4,9,14,19）、調

和性（項目5, 10, 15, 20）の5因子に分け、因子ごとに尺度得点を、自己、1番目の友人についての推測（以下、1番目の友人と表記する）、5番目の友人についての推測（以下、5番目の友人と表記する）についてそれぞれ算出し、パーソナリティの因子ごとに自己と友人の得点の差の絶対値を類似度として、1番目の友人と5番目の友人についてそれぞれ算出し使用した。

友人関係の親密さが自己と友人のパーソナリティの類似度認知に及ぼす影響を検討するために、友人関係の親密さ（1番目の友人、5番目の友人）を被験者内要因で性別を被験者間要因の独立変数とし、自己と友人のパーソナリティの類似度認知（外向性の類似度、情緒不安定性の類似度、開放性の類似度、誠実性の類似度、調和性の類似度）を従属変数とする2要因（ 2×2 ）の分散分析を行った。その結果、外向性の類似度、情緒不安定性の類似度、開放性の類似度、誠実性の類似度、調和性の類似度の全てにおいて、友人関係の親密さに有意な主効果は見られず（ $F(1, 205) = 0.23, n.s.$; $F(1, 205) = 0.04, n.s.$; $F(1, 205) = 1.19, n.s.$; $F(1, 205) = 0.29, n.s.$; $F(1, 205) = 0.77, n.s.$ ）、性別も有意な主効果は見られなかった（ $F(1, 205) = 0.16, n.s.$; $F(1, 205) = 2.25, n.s.$; $F(1, 205) = 0.06, n.s.$; $F(1, 205) =$

$1.06, n.s.$; $F(1, 205) = 1.11, n.s.$ ）。また、有意な交互作用は見られなかった（ $F(1, 205) = 0.08, n.s.$; $F(1, 205) = 0.01, n.s.$; $F(1, 205) = 0.07, n.s.$; $F(1, 205) = 0.89, n.s.$; $F(1, 205) = 0.16, n.s.$ ）。よって、友人関係の親密さおよび性別の違いによって外向性の類似度、情緒不安定性の類似度、開放性の類似度、誠実性の類似度、調和性の類似度に違いがあるとは言えないことが判明した（Table 1 参照）。

2. 友人関係の親密さが自己と友人の態度の類似度認知に及ぼす影響

態度の類似度については、態度の20項目を伝統指向の態度（項目1, 6, 11, 16）、革新指向の態度（項目2, 7, 12, 17）、合理的・個人主義的態度（項目3, 8, 13, 18）、感覚的・娯楽指向の態度（項目4, 9, 14, 19）、無気力的・虚無的態度（項目5, 10, 15, 20）の5因子に分け、因子ごとに尺度得点を、自己、1番目の友人についての推測（以下、1番目の友人と表記する）、5番目の友人についての推測（以下、5番目の友人と表記する）についてそれぞれ算出し、態度の因子ごとに自己と友人の得点の差の絶対値を類似度として、1番目の友人と5番目の友人についてそれぞれ算出し使用した。

友人関係の親密さが自己と友人の態度の類

Table 1 性別ごとの1番目の友人と5番目の友人のパーソナリティの類似度5因子の平均値とSD

	男性		女性	
	1 番目	5 番目	1 番目	5 番目
外向性の類似度	4.36 (3.66)	4.59 (3.80)	4.61 (3.76)	4.67 (3.54)
情緒不安定性の類似度	6.30 (4.93)	6.19 (5.18)	5.47 (4.26)	5.43 (4.55)
開放性の類似度	4.48 (3.42)	4.24 (3.25)	4.65 (3.37)	4.25 (3.06)
誠実性の類似度	5.30 (4.93)	5.14 (4.34)	5.43 (3.91)	5.99 (4.30)
調和性の類似度	4.68 (4.21)	4.84 (4.20)	5.03 (3.81)	5.44 (3.71)

※（ ）内はSD

似度認知に及ぼす影響を検討するために、友人関係の親密さ（1番目の友人、5番目の友人）を被験者内要因で性別を被験者間要因の独立変数とし、自己と友人の態度の類似度認知（伝統指向の態度の類似度、革新指向の態度の類似度、合理的・個人主義的態度の類似度、感覚的・娯楽指向の態度の類似度、無気力的・虚無的態度の類似度）を従属変数とする2要因（2×2）の分散分析を行った。その結果、伝統指向の態度の類似度、革新指向の態度の類似度、合理的・個人主義的態度の類似度、感覚的・娯楽指向の態度の類似度、無気力的・虚無的態度の類似度の全てにおいて友人関係の親密さに有意な主効果は見られず（ $F(1, 205) = 0.03, n.s.$ ； $F(1, 205) = 0.39, n.s.$ ； $F(1, 205) = 0.94, n.s.$ ； $F(1, 205) = 0.84, n.s.$ ； $F(1, 205) = 0.78, n.s.$ ）、伝統指向の態度の類似度、合理的・個人主義的態度の類似度、感覚的・娯楽指向の態度の類似度については性別も有意な主効果は見られなかったが（ $F(1, 205) = 0.19, n.s.$ ； $F(1, 205) = 1.96, n.s.$ ； $F(1, 205) = 1.74, n.s.$ ）、革新指向の態度の類似度と無気力的・虚無的態度の類似度については性別に有意な主効果が見られた（ $F(1, 205) = 11.10, p < .01$ ； $F(1, 205) = 5.44, p < .05$ ）。また、伝統指向の態度の類似度、革新指向の態度の類似度、合理的・個人主義的態度の類

似度、感覚的・娯楽指向の態度の類似度、無気力的・虚無的態度の類似度の全てにおいて有意な交互作用は見られなかった（ $F(1, 205) = 2.69, n.s.$ ； $F(1, 205) = 1.89, n.s.$ ； $F(1, 205) = 0.40, n.s.$ ； $F(1, 205) = 0.01, n.s.$ ； $F(1, 205) = 1.53, n.s.$ ）。よって、伝統指向の態度の類似度、合理的・個人主義的態度の類似度、感覚的・娯楽指向の態度の類似度については、友人関係の親密さおよび性別の違いによって伝統指向の態度の類似度、合理的・個人主義的態度の類似度、感覚的・娯楽指向の態度の類似度に違いがあるとは言えないことが判明した。また、革新指向の態度の類似度と無気力的・虚無的態度の類似度については、性別の違いによって革新指向の態度の類似度と無気力的・虚無的態度の類似度に違いがあることが判明し、それぞれの平均値より、男性よりも女性の方が革新指向の態度と無気力的・虚無的態度が類似していると判断していることが判明した（Table 2 参照）。

3. 友人関係の親密さが友人に対する魅力判断に及ぼす影響

魅力については、1番目の友人と5番目の友人における対人魅力評定尺度12項目について、因子分析（主因子法・プロマックス回転）を行った。その結果、1番目の友人における

Table 2 性別ごとの1番目の友人と5番目の友人の態度の類似度5因子の平均値とSD

	男性		女性	
	1番目	5番目	1番目	5番目
伝統指向の態度の類似度	1.92 (1.46)	2.11 (1.69)	2.05 (1.65)	1.82 (1.60)
革新指向の態度の類似度	1.85 (1.59)	2.08 (1.52)	1.50 (1.15)	1.41 (1.22)
合理的・個人主義的態度の類似度	1.46 (1.31)	1.51 (1.42)	1.59 (1.32)	1.79 (1.52)
感覚的・娯楽指向の態度の類似度	2.07 (1.71)	2.19 (1.83)	1.80 (1.62)	1.95 (1.72)
無気力的・虚無的態度の類似度	2.10 (2.21)	2.41 (1.95)	1.78 (1.61)	1.72 (1.71)

※（ ）内はSD

初期の固有値の減衰状況（第1因子から第5因子まで、4.99、1.64、0.90、0.75、0.68）と5番目の友人における初期の固有値の減衰状況（第1因子から第5因子まで、4.88、1.71、1.05、0.74、0.70）から判断して2因子が採択され、因子負荷が1つの因子について.35以上でかつ、2つの因子にまたがって.35以上の負荷を示さない11項目を選出した。よって、第1因子は親しみを感じる、気が合いそうであるなどの情緒的な親近感に関する項目からなる「情緒的魅力」、第2因子は一緒に専門書を読みたい、一緒に勉強したいなどの課題指向的な活動に関する項目からなる「課題指向的魅力」と解釈された。各因子の α 係数は、1番目の友人では.85と.75、5番目の友人では.87と.69であり、十分な内的整合性を有していた。なお、以下の分析に関しては、因子分析の結果に基づき、魅力の11項目を情緒的魅力（項目1,2,3,5,7,9,10）と課題指向的魅力（項目4,8,11,12）の2因子に分け、各因子を構成する項目によって尺度化した得点を1番目の友人と5番目の友人についてそれぞれ算出し使用した（Table 3、Table 4 参照）。

友人関係の親密さが友人に対する魅力判断に及ぼす影響を検討するために、友人関係の

親密さ（1番目の友人、5番目の友人）を被験者内要因で性別を被験者間要因の独立変数とし、友人に対する魅力判断（情緒的魅力、課題指向的魅力）を従属変数とする2要因（ 2×2 ）の分散分析を行った。その結果、情緒的魅力、課題指向的魅力の全てにおいて友人関係の親密さに有意な主効果が見られ（ $F(1, 205) = 55.64, p < .001$; $F(1, 205) = 18.18, p < .001$ ）、性別も有意な主効果が見られた（ $F(1, 205) = 10.80, p < .01$; $F(1, 205) = 4.87, p < .05$ ）。また、有意な交互作用は見られなかった（ $F(1, 205) = 0.53, n.s.$; $F(1, 205) = 0.01, n.s.$ ）。よって、友人関係の親密さおよび性別の違いによって情緒的魅力と課題指向的魅力に違いがあることが判明し、それぞれの平均値より、1番目の友人の方が5番目の友人に対してよりも情緒的魅力と課題指向的魅力を強く感じると判断していることが判明し、男性よりも女性の方が友人に対して情緒的魅力と課題指向的魅力を強く感じると判断していることが判明した（Table 5 参照）。

4. 自己と友人のパーソナリティの類似度認知と友人に対する魅力の関連

自己と友人のパーソナリティの類似度認知と友人に対する魅力の関連を検討するために、

Table 3 1番目の友人における対人魅力評定尺度の因子分析（主因子法・プロマックス回転）

	1	2
第1因子：情緒的魅力 ($\alpha = .854$)		
9. ~さんに親しみを感じる	.876	-.179
1. ~さんと気が合いそうである	.777	-.099
2. ~さんと一緒に食事に行きたい	.749	-.050
7. ~さんは正直で信頼できる	.641	.172
10. ~さんと一緒に旅行に行きたい	.626	.039
3. ~さんはほかの人から尊敬されている	.530	.261
5. ~さんの気持ちや考えがよくわかる	.456	.135
第2因子：課題指向的魅力 ($\alpha = .751$)		
4. ~さんと一緒に専門書を読みたい	-.240	.818
8. ~さんと一緒に勉強したい	.016	.725
11. ~さんは頭がよい	.189	.538
12. ~さんと一緒に仕事をしたい	.255	.465
因子間相関	.48	

Table 4 5番目の友人における対人魅力評定尺度の因子分析（主因子法・プロマックス回転）

	1	2
第1因子：情緒的魅力 ($\alpha=.866$)		
1. ~さんと気が合いそうである	.886	-.113
9. ~さんに親しみをを感じる	.852	-.116
2. ~さんと一緒に食事に行きたい	.795	.007
7. ~さんは正直で信頼できる	.725	-.022
10. ~さんと一緒に旅行に行きたい	.629	.104
3. ~さんはほかの人から尊敬されている	.521	.189
5. ~さんの気持ちや考えがよくわかる	.480	.054
第2因子：課題指向的魅力 ($\alpha=.690$)		
8. ~さんと一緒に勉強したい	-.069	.798
4. ~さんと一緒に専門書を読みたい	-.133	.584
12. ~さんと一緒に仕事をしたい	.228	.569
11. ~さんは頭がよい	.208	.386
因子間相関	.37	

自己と友人のパーソナリティの類似度認知（外向性の類似度、情緒不安定性の類似度、開放性の類似度、誠実性の類似度、調和性の類似度）を説明変数とし、友人に対する魅力（情緒的魅力、課題指向的魅力）を目的変数とする重回帰分析（強制投入法）を行った。その結果、全体の場合では、1番目の友人については、開放性の類似度は課題指向的魅力に対して有意な正の回帰を示し（ $\beta=0.16, p<.05$ ）、調和性の類似度は情緒的魅力と課題指向的魅力に対して有意な正の回帰を示した（ $\beta=0.24, p<.01$; $\beta=0.17, p<.05$ ）。5番目の友人については、外向性の類似度は課題指向的魅力に対して有意な負の回帰を示した（ $\beta=-0.22, p<.01$ ）。男性の場合では、1番目の友人については、調和性の類似度は情緒的魅力に対して有意な正の回帰を示した（ $\beta=0.21, p<.05$ ）。5番目の友人については、外向性の類似度は課題指向的魅力に対して有意な負の回帰を示し（ $\beta=-0.23, p<.05$ ）、誠実性の類似度は課題指向的魅力に対して有意な負の回帰を示した（ $\beta=-0.22, p<.05$ ）。女性の場合では、1番目の友人については、外向性の類似度は課題指向的魅力に対して有意な負の回帰を示し（ $\beta=-0.23, p<.05$ ）、開放性の類似度は課題指向的魅力に対して有

意な正の回帰を示し（ $\beta=0.26, p<.01$ ）、調和性の類似度は情緒的魅力と課題指向的魅力に対して有意な正の回帰を示した（ $\beta=0.23, p<.05$; $\beta=0.28, p<.01$ ）。5番目の友人については、外向性の類似度は情緒的魅力と課題指向的魅力に対して有意な負の回帰を示し（ $\beta=-0.24, p<.05$; $\beta=-0.28, p<.01$ ）、開放性の類似度は情緒的魅力に対して有意な正の回帰を示した（ $\beta=0.25, p<.01$ ）。しかし、全体として R^2 は低く、自己と友人のパーソナリティの類似度が友人に対する魅力に大きな影響を及ぼしてはいないことが示された（Table 6 参照）。

5. 自己と友人の態度の類似度認知と友人に対する魅力の関連

自己と友人の態度の類似度認知と友人に対する魅力の関連を検討するために、自己と友人の態度の類似度認知（伝統指向の態度の類似度、革新指向の態度の類似度、合理的・個人主義的態度の類似度、感覚的・娯楽指向の態度の類似度、無気力的・虚無的態度の類似度）を説明変数とし、友人に対する魅力（情緒的魅力、課題指向的魅力）を目的変数とする重回帰分析（強制投入法）を行った。その結果、全体の場合では、1番目の友人につい

Table 5 性別ごとの1番目の友人と5番目の友人の魅力2因子の平均値とSD

	男性		女性	
	1番目	5番目	1番目	5番目
情緒的魅力	38.91 (6.32)	35.37 (7.02)	41.80 (6.18)	37.50 (6.93)
課題指向的魅力	18.29 (4.57)	16.43 (5.18)	19.37 (5.05)	17.60 (4.20)

※ () 内はSD

ては、感覚的・娯楽指向の態度の類似度は課題指向の魅力に対して有意な負の回帰を示した ($\beta = -0.22, p < .01$)。5番目の友人については、伝統指向の態度の類似度は情緒的魅力に対して有意な負の回帰を示し ($\beta = -0.25, p < .001$)、無気力的・虚無的態度の類似度は情緒的魅力と課題指向の魅力に対して有意な負の回帰を示した ($\beta = -0.22, p < .01$; $\beta = -0.24, p < .01$)。男性の場合では、1番目の友人については、どの組み合わせにも有意な回帰を示さなかった。5番目の友人については、伝統指向の態度の類似度は情緒的魅力に対して有意な負の回帰を示し ($\beta = -0.27, p < .05$)、無気力的・虚無的態度の類似度は情緒的魅力と課題指向の魅力に対して有意な負の回帰を示した ($\beta = -0.30, p < .01$; $\beta = -0.26, p < .05$)。女性の場合では、1番目の友人については、感覚的・娯楽指向の態度の類似度は課題指向の魅力に対して有意な負の回帰を示した ($\beta = -0.32, p < .01$)。5番目の友人については、伝統指向の態度の類似度は情緒的魅力に対して有意な負の回帰を示した ($\beta = -0.25, p < .05$)。しかし、全体として R^2 は低く、自己と友人の態度の類似度が友人に対する魅力に大きな影響を及ぼしてはいないことが示された (Table 7 参照)。

考 察

1. 友人関係の親密さが自己と友人のパーソナリティの類似度認知に及ぼす影響
友人関係の親密さが自己と友人のパーソナ

リティの類似度認知に及ぼす影響について分散分析によって検討を行った。その結果、外向性、情緒不安定性、開放性、誠実性、調和性の全てにおいて、全体として見ても、男女別に見ても、友人関係の親密さの程度によって、パーソナリティにおける自己と友人の類似度認知が異なるものではなく、全体として見ても、1番目の友人と5番目の友人を分けて見ても、性別の違いによって、パーソナリティにおける自己と友人の類似度認知が異なるものではなかった。

このような結果については、第一に、類似性の指標の問題が考えられる。自己と友人の類似性認知の指標は、今川 (1995) が指摘しているように、パーソナリティ尺度得点間の差の絶対値だけではない。そこで、より妥当な自他の類似性認知の指標の工夫が必要である。第二に、調査協力者のサンプリングの問題が考えられる。本研究では、1番目の友人と5番目の友人を取り上げているが、調査協力者自身の主観的な親密さの程度を扱っており、親密さの程度の違いが測りきれない可能性がある。そこで、親密さの程度についての外的な基準による比較検討が必要である。そのため、中里・井上・田中 (1975) や中村 (1984) などによって確かめられているように、自他のパーソナリティが類似していることが好まれると考えられるが、男性であっても、女性であっても、自己とパーソナリティが類似している人であると認知される傾向が、1番目の友人にも5番目の友人にも、同じように働いたことによると考えられる。また、

Table 6 全体・男性・女性における1番目の友人および5番目の友人のパーソナリティの類似度5因子を説明変数とし魅力2因子を目的変数とした重回帰分析（強制投入法）による β と R^2

		1 番目		5 番目	
		情緒的魅力	課題指向的魅力	情緒的魅力	課題指向的魅力
全体	外向性の類似度	-.10	-.12	-.05	-.22**
	情緒不安定性の類似度	-.02	-.04	-.02	-.01
	開放性の類似度	.12	.16*	.14	-.04
	誠実性の類似度	.07	-.05	.03	-.05
	調和性の類似度	.24**	.17*	.04	.01
	R^2	.10**	.07*	.02	.06*
男性	外向性の類似度	-.05	.01	.10	-.23*
	情緒不安定性の類似度	.01	.02	-.03	-.03
	開放性の類似度	.05	-.03	.09	-.03
	誠実性の類似度	.21	.07	-.08	-.22*
	調和性の類似度	.21*	-.02	-.03	-.11
	R^2	.13*	.01	.02	.14*
女性	外向性の類似度	-.14	-.23*	-.24*	-.28**
	情緒不安定性の類似度	-.01	-.06	.08	.11
	開放性の類似度	.14	.26**	.25**	.01
	誠実性の類似度	-.03	-.04	.14	.12
	調和性の類似度	.23*	.28**	.11	.12
	R^2	.09	.20***	.11*	.09

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

1番目の友人であっても、5番目の友人であっても、性別に関係なく自己とパーソナリティが類似している人であると認知される人を友人として選択しているということも考えられるだろう。

よって、これまでのパーソナリティにおける自他の類似性に関する研究結果で得られていた自他のパーソナリティが類似していることも好まれるという結果に基づき、友人関係の親密さの程度によって、自己と友人のパーソナリティの類似度認知に違いが見られ、親しい友人の方が自己とパーソナリティが類似していると認知されると考えた仮説1は支持されなかったと言える。

2. 友人関係の親密さが自己と友人の態度の類似度認知に及ぼす影響

友人関係の親密さが自己と友人の態度の類似度認知に及ぼす影響について分散分析によって検討を行った。その結果、伝統指向の態度、

革新指向の態度、合理的・個人主義的態度、感覚的・娯楽指向の態度、無気力的・虚無的態度の全てにおいて、全体として見ても、男女別に見ても、友人関係の親密さの程度によって、態度における自己と友人の類似度認知が異なるものではなかったが、革新指向の態度と無気力的・虚無的態度においては、友人関係の親密さの程度に関係なく全体として見た場合に、男性よりも女性の方が自己と友人の態度が類似していると判断していた。

このような結果については、パーソナリティの場合と同様の理由により、類似性の指標の問題や調査協力者のサンプリングの問題が考えられる。そのため、藤森（1980）などによって確かめられているように、自他の態度が類似していることが好まれると考えられるが、男性であっても、女性であっても、自己と態度が類似している人であると認知される傾向が、1番目の友人にも5番目の友人にも、同じように働いたことによると考えられる。ま

Table 7 全体・男性・女性における1番目の友人および5番目の友人の態度の類似度5因子を説明変数とし魅力2因子を目的変数とした重回帰分析（強制投入法）による β と R^2

		1 番目		5 番目	
		情緒的魅力	課題指向的魅力	情緒的魅力	課題指向的魅力
全体	伝統指向の態度の類似度	-.05	.02	-.25***	-.13
	革新指向の態度の類似度	.03	-.01	.07	.08
	合理的・個人主義的態度の類似度	-.06	-.05	.07	.04
	感覚的・娯楽指向の態度の類似度	-.08	-.22**	.02	.01
	無気力的・虚無的態度の類似度	-.02	.07	-.22**	-.24**
	R^2	.02	.05	.12***	.08**
男性	伝統指向の態度の類似度	-.02	.01	-.27*	-.12
	革新指向の態度の類似度	.02	-.02	.09	.01
	合理的・個人主義的態度の類似度	-.21	-.08	.01	.06
	感覚的・娯楽指向の態度の類似度	.07	-.08	.07	.11
	無気力的・虚無的態度の類似度	.03	.12	-.30**	-.26*
	R^2	.05	.02	.14*	.09
女性	伝統指向の態度の類似度	-.10	.02	-.25*	-.10
	革新指向の態度の類似度	.07	-.01	.11	.20
	合理的・個人主義的態度の類似度	.02	-.05	.11	.02
	感覚的・娯楽指向の態度の類似度	-.17	-.32**	-.03	-.11
	無気力的・虚無的態度の類似度	-.03	.01	-.10	-.15
	R^2	.05	.10*	.10*	.11*

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

た、友人関係の親密さの程度に関係なく全体として見た場合に、一部では男性よりも女性の方が態度が類似していると判断していたことから、男性よりも女性の方が自己と態度が類似している人であると認知される人を友人として選択しているということも考えられるだろう。

よって、これまでの態度における自他の類似性に関する研究結果で得られていた自他の態度が類似していることが好まれるという結果に基づき、友人関係の親密さの程度によって、自己と友人の態度の類似度認知に違いが見られ、親しい友人の方が自己と態度が類似していると認知されると考えた仮説2は支持されなかったと言える。

3. 友人関係の親密さが友人に対する魅力判断に及ぼす影響

友人関係の親密さが友人に対する魅力判断に及ぼす影響について分散分析によって検討

を行った。その結果、情緒的魅力、課題指向的魅力の全てにおいて、友人関係の親密さの程度や性別に関係なく全体として見た場合に、1番目の友人の方が5番目の友人に対してよりも魅力を強く感じると判断しており、男性よりも女性の方が友人に対して魅力を強く感じると判断していた。

このような結果については、性別に関係なく全体として見た場合に、1番目の友人の方が5番目の友人に対してよりも魅力を強く感じると判断していたことから、より魅力を強く感じる人と親しくなっていることによると考えられる。また、友人関係の親密さの程度に関係なく全体として見た場合に、男性よりも女性の方が友人に対して魅力を強く感じると判断していたことから、男性よりも女性の方が魅力を強く感じると思える人を友人として選択しているということも考えられるだろう。

よって、友人関係の親密さが友人に対する

魅力判断に影響を及ぼし、より魅力を強く感じる人とより親しくなっていると言えるものであったと言える。つまり、少なくとも本研究で選ばれた1番目の友人と5番目の友人については、その親密さの程度の違いが友人に対する魅力に影響を及ぼすほど十分大きかったと考えられる。しかし、この友人間の親密さの程度の違いは、パーソナリティや態度の類似度認知に影響を及ぼすほどの効果を持ってはいなかった。この結果は、既に触れたように、類似性認知の指標が親密さの程度の違いによる影響を反映するほど敏感ではなかったことや、友人間の親密さの段階が類似性認知に反映しない段階であったことによる可能性が考えられると言える。

4. 自己と友人のパーソナリティの類似度認知と友人に対する魅力の関連

自己と友人のパーソナリティの類似度認知が友人に対する魅力に及ぼす影響について重回帰分析によって検討を行った。その結果、全体として見ても、男女別に見ても、また1番目の友人であっても、5番目の友人であっても、多くは全体としては自己と友人のパーソナリティが類似していることよりも自己と友人のパーソナリティが異なっていることの方が多く友人に対する魅力と関連しており、また魅力判断次元によっては自己と友人のパーソナリティが類似していることが好まれていた。全体として、決定係数は低めであり、影響力は小さいものであったが、これは類似性の指標の問題や調査協力者のサンプリングの問題が考えられ、自己と友人の類似性が測りきれないことや、1番目の友人と5番目の友人を取り上げているが、調査協力者間の親密さの程度の違いが測りきれないことによる可能性があるだろう。その中でも、外向性の類似度は魅力に負の影響を与え、開放性の類似度と調和性の類似度は魅力に正の影響を与える傾向が示されていた。つまり、パー

ソナリティの類似度は、値が高いほど類似していないことを意味しているため、外向性については類似しているという認知が魅力を高め、開放性や調和性については類似しているという認知が魅力を低める傾向を持つことになる。

このような結果については、中里・井上・田中（1975）や中村（1984）などによって確かめられているような、自他のパーソナリティが類似していることも好まれるということを示すものであったと考えられる。外向性については、自他のパーソナリティが類似していることよりも外向的であることが好まれる傾向があるが、今回の結果はわずかながら、類似性の認知が魅力につながることを示していることになる。しかし、特定のパーソナリティ特性による魅力への影響と類似性の認知による魅力への影響を比較しているわけではないので、先行研究と異なった事実が確認されたわけではない。また、開放性や調和性については、外向性と異なる傾向を示していることについて、その程度も大きくはないことから、強く解釈することは控えたいが、パーソナリティの認知次元によって、類似性と魅力の関係が異なるということが示唆されている。この点については、単に親密さの程度の違いが反映するというよりも、親密化の過程に応じてパーソナリティ次元によって類似性と魅力の関係が異なってくるということを考慮する必要があると考えられるだろう。

よって、自己と友人のパーソナリティの類似度認知と友人に対する魅力の関連が全てにおいて見られたとは言えないが、これまでのパーソナリティにおける自他の類似性に関する研究結果で得られていた全体としては自他のパーソナリティが類似していることよりも特定のパーソナリティ特性であることが好まれ、また魅力判断次元によっては自他のパーソナリティが類似していることが好まれるという結果に基づき、自己と友人のパーソナリ

ティの類似度認知と友人に対する魅力に関連が見られ、自己とパーソナリティが類似していることも好まれると考えた仮説3は支持されたと言える。

5. 自己と友人の態度の類似度認知と友人に対する魅力の関連

自己と友人の態度の類似度認知が友人に対する魅力に及ぼす影響について重回帰分析によって検討を行った。その結果、全体として見ても、男女別に見ても、また1番目の友人であっても、5番目の友人であっても、自己と友人の態度が類似していることが好まれていた。態度についても、全体として決定係数は低めであり、影響力は小さいものであったが、パーソナリティの場合と同様の理由により、類似性の指標の問題や調査協力者のサンプリングの問題による可能性があるだろう。その中でも、1番目の友人については、感覚的・娯楽指向の態度の類似度が魅力に負の影響を示し、5番目の友人については、伝統指向の態度の類似度と無気力的・虚無的態度の類似度が魅力に負の影響を示していた。つまり、態度の類似度は、類似しているという認知をするほど魅力が高まることを示している。

このような結果については、藤森(1980)などによって確かめられているような、自他の態度が類似していることが好まれるということを示すものであったと考えられる。しかし、1番目の友人と5番目の友人では、自己と友人の態度の類似度認知が友人に対する魅力に及ぼす影響は異なっていた。このことについての最も単純な解釈は、友人関係の親密さの程度によって、友人に何を求めるかが異なるために、自己と友人の態度の類似度認知が魅力に及ぼす影響は異なるというものである。さらに、自己と友人の態度の類似度認知の程度は1番目の友人と5番目の友人の間に差はなかったことを考慮すると、友人に対する魅力に影響を及ぼすのは単なる自己と友

人の態度の類似度認知の絶対的な高さではないということが示唆されたことになると考えられるだろう。

よって、自己と友人の態度の類似度認知と友人に対する魅力の関連が全てにおいて見られたとは言えないが、これまでの態度における自他の類似性に関する研究結果で得られていた自他の態度が類似していることが好まれるという結果に基づき、自己と友人の態度の類似度認知と友人に対する魅力に関連が見られ、自己と態度が類似していることが好まれると考えた仮説4は支持されたと言える。

6. 今後の課題

本研究では、親密な関係として友人関係を取り上げ、自己と友人のパーソナリティや態度における自他の類似性について検討を行った。その分析は、全ての調査協力者を群分けすることなくまとめて分析を行っている。しかし、調査協力者によって親密さの程度には違いがあると考えられ、そのことがパーソナリティや態度の類似性認知に影響しているということも考えられるだろう。そこで、親密化過程というものを考えた上で検討を行う必要があると考える。

次に、これまでの研究では、特定のパーソナリティ特性が好まれるという結果が示されている。つまり、どのようなパーソナリティ特性を好ましいと考えるかということが、パーソナリティの類似性認知に影響しているということも考えられるだろう。そこで、パーソナリティの望ましさを評価してもらうことも重要であるとする。

最後に、本研究では、パーソナリティや態度の類似性認知の指標として、自己と友人それぞれのパーソナリティや態度の得点を算出し、その差の絶対値を用いて分析を行っている。そこで、類似性の指標としてこの算出の手続きが妥当かどうか、他の方法はどうかについて検討する余地があると考えられるだろ

う。また、調査協力者に直接自己と友人がどの程度類似していると考えるかなど、別の類似性の指標を得ることも必要であるとする。

付 記

本論文は、2008年度北星学園大学社会福祉学部福祉心理学科において卒業論文として作成したものに加筆、修正を加えたものである。論文の一部は、北海道心理学会第56回大会（2009）にて発表された。本論文をまとめるにあたり、熱心なご指導・多くのご助言をいただきました今川民雄教授に厚く感謝申し上げます。

引用文献

- Byrne, D. 1971 *The attraction paradigm*. New York: Academic Press.
- 藤森立男 1980 態度の類似性、話題の重要性が対人魅力に及ぼす効果—魅力次元との関連において— 実験社会心理学研究, 20, 35-43.
- Hendrick, C., & Brown, S. R. 1971 Introversion, extraversion, and interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 20, 31-36.
- Imagawa, Tamio; Hayashi, Fumitoshi & Kashima, Yoshihisa 1995 Measurements of similarity between self and others. First Annual Conference of SASP Abstracts, 25.
- 加藤 厚・加藤隆勝 1987 現代青年の社会態度の構造—態度を構成する次元の検討— 筑波大学心理学研究, 9, 87-93.
- 加藤義明・中里至正（編）1990 基礎心理学 X 心理学基礎用語集 八千代出版
- 中村雅彦 1984 性格の類似性が対人魅力に及ぼす効果 実験社会心理学研究, 23, 139-145.
- 中里浩明・井上 徹・田中国夫 1975 人格類似性と対人魅力—向性と欲求の次元— 心理学研究, 46, 109-117.
- Newcomb, T. M. 1961 *The acquaintance process*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- 谷口淳一・大坊郁夫 2002 同性友人関係にお

けるパーソナリティの類似性認知が魅力判断に与える効果—パーソナリティ特性次元と対人魅力次元による検討— 対人社会心理学研究, 2, 51-64.

- 和田さゆり 1996 性格特性用語を用いた Big Five 尺度の作成 心理学研究, 67, 61-67.
- 渡辺 舞・今川民雄 2008 「ADF-F2 (The Acquaintance Description Form-Final 2)」日本版作成の試み 対人社会心理学研究, 8, 115-122.